

Journal Homepage: www.ijo-bs.com

International Journal of Business Society

Contents lists available at: https://www.ijo-bs.com/issue.html



أثر المعتقدات السلوكية على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت

Abdulrahman Saud Abdullah Albawardi[1]; Aref Ali Aref[2], Ashurov Sharofiddin[3]

[1]Institute Of Islamic Banking and Finance, IIUM, Malaysia, Email:(aboahmadq87@hotmail.com)
[2]Institute Of Islamic Banking and Finance, IIUM, Malaysia, Email:(arif_uia2@yahoo.com)
[3]Institute Of Islamic Banking and Finance, IIUM, Malaysia, Email:(ashurovsharaf@gmail.com)

Information of Article

Article history:
Received: 2 Jan 2022
Revised: 3 Jan 2022
Accepted: 28 Jan 2022
Available online: 30 Jan 2022

Keywords:
المعتقدات السلوكية، المعتقدات المعيارية,
معتقدات السيطرة، سلوك الزبائن
البنوك الاسلامية
دولة الكويت

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى المعتقدات السلوكية والمعتقدات المعيارية ومعتقدات السيطرة على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات من المستجيبين على طبيعة العلاقة بين متغيرات المعتقدات وسلوك الزبائن. حدد مجتمع الدراسة بجميع الزبائن المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت وحدد عينة الدراسة من جميع المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، فقد كانت العينة (800) فرداً كافية وشاملة للمجتمع. تم استخدام ال SPSS لعمل العديد من الاختبارات التي من شأنها التأكد من صحة وموثوقية البيانات وتحليل النتائج الخاصة بأهداف الدراسة كتحليل الإحصاء الوصفي واختبار الارتباط واختبار الانحدار. كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقات مباشرة ذات دلالة إحصائية بين (المعتقدات السلوكية والمعتقدات المعيارية ومعتقدات السيطرة) وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية.

1. المقدمة

وفي ظل احتدام شدة المنافسة أصبح من الضروري على البنوك الإسلامية الاهتمام بوضع استراتيجيات وبرامج تسويقية فعالة تضمن لها إبقاء حصتها السوقية أو توسيعها من جهة، وتحقيق متطلبات ورغبات العميل بما يتوافق وأذواقه وميوله من جهة أخرى، خاصة مع التنوع الكبير في الخدمات، فمع تقارب هذه الخدمات من حيث الجودة والسعر، وجب على البنوك العمل لإضفاء صبغة مميزة لخدماتها في ظل هذا التنافس للتأثير على الجانب النفسي السيكولوجي من أجل جذبه للتعامل مع الخدمات التي يقدمها البنك، فجودة الخدمات المقدمة من قبل البنك، وأسعار هذه الخدمات، بالإضافة إلى ملاءة البنك المالية، وما يتمتع به البنك من سمعة وشهرة، كذلك ما يمتلكه البنك من فروع ومواقع جغرافية استراتيجية، كلها عوامل تؤثر في استقطاب الزبائن للتوجه نحو التعامل مع هذه البنوك، وبالتالي وجب على هذه البنوك دراسة هذه العوامل للوقوف على أكثرها تأثيراً على سلوك الزبائن (دعبول وايوب، 2013، ص76).

وقد أشار التقرير الخاص لاتحاد المصارف العربية لسنة 2018 والخاص بتطورات القطاع المصرفي الكويتي بأن المصارف الإسلامية الكويتية قد أظهرت تراجعاً بسيطاً في مؤشر استقطاب العملاء الجدد، حيث كان هذا التراجع لصالح البنوك التقليدية التي كسبت المزيد من العملاء الجدد لديها، وهذا بدوره يرتبط بسلوك حيث الزبائن في التعامل مع الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية، فهذا السلوك يعد مؤشراً مهماً على نجاح تلك البنوك في تقديم خدمات تتوافق مع حاجات ورغبات العملاء، كما يعتبر أمراً حيوياً من وجهة نظر الاستراتيجية التسويقية في ظل التنافسية القوية في البنوك، حيث إن إبقاء العميل موالياً للبنك أمر هام من أجل بقاء البنك واستمراريته وهو غالباً استراتيجية أكثر فعالية وكفاءة من جذب عميل جديد والحفاظ على العميل القديم (اتحاد المصارف العربية، 2018، ص14).

وبالتالي فإن سلوك الزبائن واستمرارهم في التعامل مع البنوك الإسلامية يعتمد بشكل كبير على القدرات المالية التي تساعد على تلبية متطلبات الزبائن ومقابلة احتياجاتهم المالية وبشكل كامل وبكلفة أقل وجهد قليل ووقت قصير، ومن أجل ضمان تحقيق هذا الهدف من قبل البنوك الإسلامية والوصول إلى الأهداف المرجوة، فإنه ينبغي على هذه البنوك العمل على توفير بعض المزايا للخدمات المصرفية التي تقدمها إلى زبائنها، بالإضافة لتقديم ما يميز البنوك التقليدية والذي جعل هه البنوك تستقطب عملاءً جدداً على حساب البنوك الإسلامية (معلا، 2017، ص47).

ويعتبر التحول إلى التعامل مع البنوك الإسلامية من بين أهم العوامل التي أدت إلى ظهور حاجات ورغبات جديدة يسعى العميل لإشباعها وتلبيتها، ومع كل هذه التحولات والتطورات السريعة على كل المستويات دفع بغالبية البنوك إلى تحسين نوعية خدماتها من حيث الجودة والسعر، تماشياً مع متطلبات عملائها في السوق التي تشهد بدورها تنافساً وتدافعاً كبيرين من جانب عدد كبير من الخدمات المالية المتنوعة المطروحة لهذا العميل (الخشروم وعلي، 2011، ص43).

2. مشكلة الدراسة

نتيجة للتنافسية الدولية في العمل المصرفي على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية، أصبحت المصارف الإسلامية تواجه العديد من المخاطر المختلفة التي تتعلق بالزبائن والإمكانيات ونظم وأساليب العمل نفسه وغير ذلك من العوامل، وذلك نظراً للطبيعة الخاصة للعمل المصرفي الإسلامي، فإن ما تتعرض له المصارف الإسلامية يختلف اختلافاً كبيراً عن تلك المخاطر التي تواجهها المؤسسات المصرفية التقليدية، حيث أنه ونتيجة لوجود مستوى من المخاطر التي تواجهها المؤسسات المالية المصرفية الإسلامية، أدت إلى العديد من الآثار والنتائج السلبية لمسيرة العمل الإسلامي (الرفاعي وعارضه، 2017).

وتناولت العديد من الدراسات العوامل المؤثرة على تعامل الزبائن مع البنوك الإسلامية وسلوكهم تجاه اختيار هذه البنوك، ومن هذه الدراسات في بيئة المجتمع الكويتية جاءت دراسة (بشير، 2013) التي تناولت المحددات التي توجه المتعاملين نحو المصارف الإسلامية في دولة الكويت، والتي أشارت إلى وجود توجه للزبائن نحو التعامل مع المصارف التقليدية أكثر منه نحو المصارف الإسلامية في دولة الكويت وفقاً لآراء عينة الدراسة، وردت الدراسة أسباب ذلك إلى عدد من الأسباب المختلفة، أما فيما يتعلق بتوجه الزبائن نحو التعامل مع البنوك الإسلامية فقد أوضحت الدراسة أن الدافع الديني هو العامل الأبرز في توجه العملاء نحو البنوك الإسلامية في دولة الكويت، كما جاء العامل الجغرافي في الدرجة الثانية من حيث الأهمية فيما يتعلق بشبكة انتشار فروع المصارف

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

الإسلامية ومدى تغطيته الجغرافية الواسعة للعديد من المناطق.

وعلى المستوى الدولي وفي أستراليا تناول رمّال (Rammal, 2007) في دراسته درجة الوعي لدى المسلمين حول مستوى الخدمات المصرفية، حيث أكدت نتائج دراسته أن غالبية أفراد العينة لديهم اهتمام بالتعامل مع المصارف الإسلامية في أستراليا رغم عدم امتلاكهم لمعرفة صحيحة حول كيفية عمل هذه الخدمات المالية الإسلامية، بالإضافة إلى أن الكثير من الخدمات المالية مخالفة للأحكام التي جاءت بها الشريعة الإسلامية.

من جهة أخرى، جاءت دراسة سايني وبيك وعبد الله (Saini, Bick, Abdulla, 2011) بهدف التعرف على مستوى الوعي والإدراك لدى مستخدمي المنتجات المصرفية الإسلامية في كيفية استخدامها في جنوب أفريقيا، حيث أكدت نتائج الدراسة أن المسلمين لديهم وعي بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية، إلا أن معدل التعامل معها كان بدرجة منخفضة، وأن معايير التعامل عند العملاء المسلمين كانت (الكفاءة أو انخفاض الرسوم المصرفية، وتوافر أجهزة الصراف الآلي وشبكة الفروع الواسعة) وهذه العوامل تعتبر من العوامل المهمة عندما يكون الأمر متعلق باختيار المصرف بدلاً من الدوافع الدينية والامتثال للتعاليم الإسلامية.

3. اهداف الدراسة

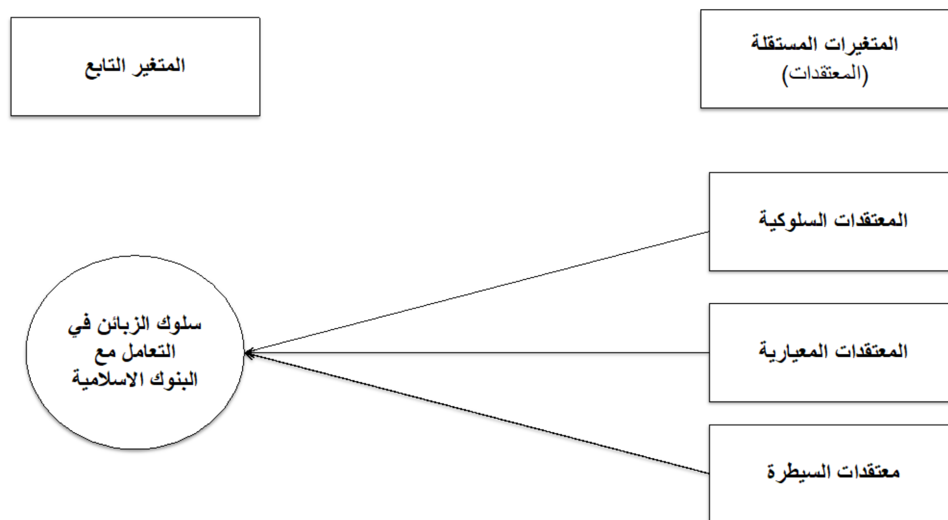
تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

1.0 معرفة مدى تأثير المعتقدات السلوكية على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الاسلامية في دولة الكويت.
2.0 معرفة مدى تأثير المعتقدات المعيارية على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الاسلامية في دولة الكويت.
3.0 معرفة مدى تأثير معتقدات السيطرة على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الاسلامية في دولة الكويت.

4. الإطار البحثي

تقدم الدراسة الحالية الاطار البحثي التالي:

شكل 1: الاطار البحثي



5. فرضيات الدراسة

1: يوجد أثر للمعتقدات السلوكية في سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت .

فيما يتعلق ببناء الفرضية الأولى للدراسة التي تبحث بوجود علاقة تأثير ايجابية بين المعتقدات السلوكية وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، فإن الدوافع السلوكية تتمثل في المحفزات السلوكية التي تدفع بالزبائن للتعامل مع البنوك الإسلامية بناءً على ما يتوافق مع توجهاتهم السلوكية، فقد أكدت دراسة كل من (الفقهاء، 2012) ودراسة سوندارارجان وإيريكو (Sundararjan & Errico, 2012) ودراسة سايني وبيك وعبد الله (Saini, Bick, Abdulla, 2011) ودراسة رمّال (Rammal, 2007) أن المسلمين لديهم وعي بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية، وأن معتقداتهم السلوكية فيما يتعلق بكفاءة المصارف ورسومها وحجمها تعتبر من العوامل المهمة عندما يكون الأمر متعلق باختيار المصرف بدلاً من الدوافع الدينية والامتثال للتعاليم الإسلامية.

2: يوجد أثر للمعتقدات المعيارية في سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت .

وفيما يتعلق ببناء الفرضية الثانية للدراسة التي تبحث بوجود علاقة تأثير ايجابية بين المعتقدات المعيارية وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، فإن الدافع الديني يتمثل في المحفز العقائدي الذي يدفع الزبون للتعامل مع البنوك الإسلامية تبعاً لمبدأ التحليل والتحريم وما يتوافق مع معتقدات الزبون الدينية في هذا الصدد، فقد أكدت دراسة بشير، (2013) أن الدافع الديني هو العامل الأبرز في توجه العملاء نحو البنوك الإسلامية في دولة الكويت، كذلك دراسة حقي وآخرون (Haque et al., 2009) التي أكدت أن إتباع المبادئ الإسلامية كعامل ديني يعتبر أهم معيار في اختيار المصرف الإسلامي في ماليزيا، وكذلك دراسة القحطاني، (2015) التي أظهرت أن العامل الديني شكل مرجعية أولى لعملاء البنوك على اعتبار أن الدافع الديني هو ما يحثهم على اختيار البنوك الإسلامية وتركهم للتعامل مع البنوك التقليدية في المملكة العربية السعودية.

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

3: يوجد أثر لمعتقدات السيطرة في سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت .

أما فيما يتعلق ببناء الفرضية الثالثة للدراسة التي تبحث بوجود علاقة تأثير ايجابية بين معتقدات السيطرة في سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، حيث إن جودة الخدمة المصرفية تتمثل فيما يلمسه الزبون من مستوى مرتفع في الخدمات المصرفية وبالشكل الذي يحقق رضا الزبون، فقد أكدت دراسة دراسة سريعة وحنيفة (Sarea & Hanefah, 2013) ودراسة (الجريري، 2006) وجود ارتباط قوي بين التسويق الداخلي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة وبالتالي تؤثر هذه الجودة بشكل كبير على تحقيق رضا الزبائن، كذلك دراسة (الفقهاء، 2012) ودراسة دراسة النابلسي والشعار التي أظهرت وجود أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لجودة الخدمات المصرفية الإسلامية، والثقة والصورة الذهنية المؤسسية في رضا الزبائن. كذلك دراسة دراسة حقي وآخرون (Haque et al., 2009) التي أظهرت أهمية معيار الجودة في اختيار البنوك الإسلامية.

6. مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

1.6 القطاع المصرفي الكويتي

يمثل القطاع المصرفي في الكويت ثاني أكبر قطاع اقتصادي في البلاد بعد النفط، كما يعد ثاني أكبر مشغل للأيدي العاملة الكويتية بعد القطاع النفطي، حيث يعمل في المصارف الكويتية أكثر من 50% من القوة العاملة في القطاع الخاص الكويتي، وله إسهامات كبيرة في الاقتصاد الوطني .

وقدمت المصارف الكويتية على مر السنوات قيمة مضافة كبيرة للاقتصاد الوطني وساهمت بصورة كبيرة في نمو الناتج المحلي الاجمالي للبلاد.

وتعد المصارف الكويتية شريان الاقتصاد الوطني والواجهة الخارجية للبلاد من خلال فروعها المنتشرة في عدد كبير من دول العالم والمتمتعة بسمعة مصرفية مميزة.

كذلك فإن القطاع المصرفي الكويتي هو من أكثر القطاعات الاقتصادية تدريباً للموارد البشرية والاكثر استخداماً للتكنولوجيا، وقد بلغ عدد المصارف العاملة في الكويت (23) مصرفاً، تشمل مصرفين حكوميين و(21) مصرفاً خاصاً، وتتوزع هذه الأخيرة بين مصارف محلية كويتية عددها (10)، وأخرى مشتركة وأجنبية. وقد بلغ مجمل عدد الفروع الداخلية للمصارف الكويتية المحلية 353 فرعاً (uabonline.org).

2.6 الدراسات السابقة

بهدف تحديد أسباب اتجاه العملاء نحو البنوك الإسلامية، جاءت دراسة حقي وآخرون (Haque et al., 2009) للوقوف على تفضيلات العملاء للبنوك الإسلامية الماليزية، وتحديد الأهمية النسبية الخاصة بمعايير اتخاذ القرار حول البنك الذي فيه نظام بنكي إسلامي، وتم تقويم تفضيل العملاء لاختيار البنك باستخدام نموذج كارتر CARTER الذي يشتمل على عدد من أبعاد جودة الخدمة، كما بحثت الدراسة جودة الخدمة ورضا العملاء في المقارنة وخدمات على أسس إسلامية، وتكونت عينة الدراسة من (171) فرداً من زبائن البنوك الإسلامية الماليزية. وأظهرت نتائج الدراسة أن إتباع المبادئ الإسلامية كعامل ديني يعتبر أهم معيار في اختيار البنك الإسلامي، يتبعه الاعتمادية، فالملموسية، فالاستجابة، فالضمان، فالتعاطف. وأوصت الدراسة بأهمية توجه البنوك الإسلامية الماليزية نحو المزيد من نشر الوعي الديني في العمل المصرفي الإسلامي بين أوساط المسلمين من الماليزيين بهدف استقطاب المزيد من العملاء الجدد.

أما بهدف معرفة العوامل المؤثرة في ولاء الزبائن للتعامل مع البنوك الإسلامية وعدم انتقالهم للتعامل مع البنوك التقليدية، جاءت دراسة العجمي، (2011) بهدف تحديد أسباب فاعلية إدارة علاقات الزبائن في تحقيق الولاء لدى زبائن البنوك الإسلامية الكويتية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (507) أفراد من المتعاملين مع البنوك الإسلامية الكويتية، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن كلاً من الاتصال، والثقة في التعامل، وتلبية احتياجات الزبائن، وجودة الخدمات المصرفية كانت من أبرز أسباب ولاء الزبائن للتعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية، في حين لم يظهر العامل الجغرافي لموقع البنك أو عدد فروعه أثراً إيجابياً لولاء الزبائن تجاه هذه البنوك، كما لم يظهر العامل الديني أثراً إيجابياً لولاء الزبائن تجاه هذه البنوك. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على قياس دوري لجودة الخدمات المصرفية لدى البنوك الإسلامية الكويتية كمحاولة للتعرف على مدى قدرتها على تلبية احتياجات الزبائن والاستفادة من نتائجها في تحسين عمل إدارة علاقات الزبائن وتطوير خدماتها وبالتالي زيادة درجة ولاء العملاء.

وللوقوف على محددات اختيار التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية من وجهة نظر الزبائن، جاءت دراسة بشير، (2013) لبيان محددات اختيار التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية، حيث تم تطبيق الدراسة على (120) فرداً من زبائن البنوك الإسلامية الكويتية، وأكدت نتائج الدراسة على أن الدافع الديني هو العامل الأبرز في توجه المتعاملين نحو اختيار البنوك الإسلامية الكويتية نظراً لتبني هذه البنوك لسياسات مالية إسلامية تنبذ التعامل الربوي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كما أظهرت نتائج الدراسة أن عدد فروع البنك وانتشاره الجغرافي جاءت في المرتبة الثانية من حيث الأهمية وفقاً لآراء الزبائن من المتعاملين مع البنوك الإسلامية الكويتية، كما أظهرت النتائج أن كل من جودة الخدمة وأسعار الخدمات المقدمة من البنك لم تشكل عامل جذب مؤثر على سلوك الزبائن في اختيارهم للبنوك الإسلامية. وأوصت الدراسة بضرورة تركيز البنوك الإسلامية الكويتية على نشر الوعي الديني حول العمل المصرفي الإسلامي بين زبائنها الحاليين والمحتملين لجذب مزيد من الزبائن الجدد.

3.6 منهجية الدراسة

تبنت الدراسة الحالية نظرية السلوك المخطط للعالم آجزين (Ajzen, 1991)، حيث تقوم هذه النظرية على افتراض أن الفرد لديه المنطق في الاستخدام المنظم لما هو متاح له من معلومات التي ينتج عنها السلوك، إي أنها تركز على استخدام مكونات الفرد الداخلية كالمعتقدات والاتجاهات لشرح سلوكه والتنبؤ به. تطور البحث العلمي في العقدين الأخيرين، وتعددت طرقه بدرجة كبيرة مما أتاح للباحثين مجالات عديدة يختارون منها ما يناسب أهدافهم. ويمكن القول إن هناك توجهين أساسيين للبحث، هما البحوث الكمية، والبحوث النوعية. وكان اهتمام معظم البحوث في الماضي يركز على البحوث الكمية، ثم تطورت أساليب البحث وظهرت البحوث النوعية التي تحاول ما أمكن البعد عن الأرقام والعمليات الإحصائية. ومع تطور عملية البحث لم يعد الأمر قاصرا على الاختيار بين البحوث الكمية والبحوث النوعية، فقد وجد الباحثون أن ذلك يعتبر أسلوباً قاصراً عن استخدام إمكانيات البحث العلمي بشكل كامل. إذ أدى التطور الذي مر بالبحث العلمي في العقدين الأخيرين إلى النظر إلى عملية البحث نظرة أوسع وأشمل، ولم يعد الموقف هو الاختيار بين البحوث الكمية والبحوث النوعية، ذلك أن أي بحث يقع بشكل عام على متصل يتراوح بين البحوث الكمية والبحوث النوعية(Newman et al., 1998) ، والبحث ينزع إلى أن يكون إما كمياً في معظمه أو نوعياً في معظمه، إلا أن عملية البحث اليوم غالباً ما تحاول تحقيق التوازن بين النوعين، حتى أنه ظهر في العقد الأخير نوع من البحوث يجمع بين النوعين وأصبح يطلق عليه البحوث المختلطة التي تستخدم في بحث واحد أساليب البحث الكمي والبحث النوعي.

تطور البحث العلمي في العقدين الأخيرين، وتعددت طرقه بدرجة كبيرة مما أتاح للباحثين مجالات عديدة يختارون منها ما يناسب أهدافهم. ويمكن القول إن هناك توجهين أساسيين للبحث، هما البحوث الكمية، والبحوث النوعية. وكان اهتمام معظم البحوث في الماضي يركز على البحوث الكمية، ثم تطورت أساليب البحث وظهرت البحوث النوعية التي تحاول ما أمكن البعد عن الأرقام والعمليات الإحصائية. ومع تطور عملية البحث لم يعد الأمر قاصرا على الاختيار بين

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

البحوث الكمية والبحوث النوعية، فقد وجد الباحثون أن ذلك يعتبر أسلوباً قاصراً عن استخدام إمكانيات البحث العلمي بشكل كامل. إذ أدى التطور الذي مر بالبحث العلمي في العقدين الأخيرين إلى النظر إلى عملية البحث نظرة أوسع وأشمل، ولم يعد الموقف هو الاختيار بين البحوث الكمية والبحوث النوعية، ذلك أن أي بحث يقع بشكل عام على متصل يتراوح بين البحوث الكمية والبحوث النوعية(Newman et al., 1998) ، والبحث ينزع إلى أن يكون إما كمياً في معظمه أو نوعياً في معظمه، إلا أن عملية البحث اليوم غالباً ما تحاول تحقيق التوازن بين النوعين، حتى أنه ظهر في العقد الأخير نوع من البحوث يجمع بين النوعين وأصبح يطلق عليه البحوث المختلطة التي تستخدم في بحث واحد أساليب البحث الكمي والبحث النوعي.

ويعتبر المنهج الكمي أحد المناهج المستخدمة في تنفيذ الأبحاث العلمية، ويحتوي في طياته على أدوات دراسية يمكن عن طريقها الوصول إلى واقع رقمي له مدلوله، ومن ثم يجد الباحث نفسه أمام بيانات أو معلومات ينطوي على تبويبها وفحصها نتائج مهمة، يسوق من خلالها توصيات ومقترحات البحث العلمي المستخرجة بنهاية البحث (ماجد، 2016.(

أما المنهج النوعي هو الذي يتعلَّق بالأبحاث التي تعتمد على البيانات النوعية، ويُسمَّى كذلك المنهج الكيفي، والمنهج الوصفي، ويظهر ذلك في شكل مشاهدات وآراء مكتوبة أو مسموعة أو تعليقات، وتتطلب تلك النوعية من مناهج البحث العلمي أن يتوافر لدى الباحث القدرة على الربط فيما بين جميع وجهات النظر من أجل الخروج بالنتائج، ومن أمثلة ذلك الاستبيانات النوعية التي يطلب من خلالها الباحث من المبحوثين القيام بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة في صيغة جُمل، وكذلك المقابلات المسجلة التي تساعد في الحصول على البيانات النوعية، وذلك الأمر يتعلّق أيضًا بالتحليلات المكتوبة، والدراسات الوصفية، والمقالات، والتحليلات (البلداوي، 2017).

وفي الدراسة الحالية، سيتبع الباحث المنهج الكمي نظراً لملاءمته لطبيعة هذه الدراسة وتحقيق أهدافها، وهو المنهج القائم على جمع وقائع ومعلومات موضوعية قدر الإمكان عن ظاهرة معينة، أو حادثة مخصصة، أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي (صحية، تربوية، اجتماعية، الخ)، ويعمل الباحث فيه على تحليل واقع الحال للأفراد في منطقة معينة من أجل توجيه العمل في الوقت الحاضر وفي المستقبل القريب.

يتكون مجتمع البحث من الزبائن المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، والبالغ عددها خمسة مصارف حسب ما ورد في أحدث نشرة صادرة عن البنك المركزي الكويتي لسنة (2019)، وتبعاً للبيانات الصادرة عن البنك المركزي الكويتي لسنة 2019 والتي تشير إلى أن حجم الصيرفة الإسلامية من إجمالي النظام المصرفي في دولة الكويت قد بلغ (30%)، كما بلغ إجمالي الحسابات المصرفية في البنوك الكويتية (3.8) مليون حساب، منهم (1.3) مليون حساب مصرفي البنوك الإسلامية الكويتية، في حين بلغ عدد الحسابات المصرفية الشخصية للأفراد باستثناء الشركات (700) ألف حساب تقريباً في البنوك الإسلامية الكويتية.

مجموع الزبائن المشمولين ضمن عينة الدراسة على (500) مفردة، وتم توزيع (50) استبانة تحسباً لعدم صلاحية أو عدم اكتمال تعبئة بعض الاستبانات ولتضمن الباحث إخضاع (800) استبانة إلى المعالجة والتحليل الإحصائي، بحيث تم توزيع هذا العدد على فروع هذه البنوك والمنتشرة في كافة أنحاء الدولة بالطريقة غير العشوائية. ونظراً للمسح المبدئي الذي أجراه الباحث حول أعداد المتعاملين مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت، فقد كانت العينة (800) فرداً كافية وشاملة للمجتمع.

استخدمت هذه الدراسة الاستبيان لجمع البيانات و تم أيضا استخدام برنامج برمجي شائع لتحليل البيانات التي تم جمعها، وهذا البرنامج يسمى SPSS. تم استخدام ال SPSS لعمل العديد من الاختبارات التي من شأنها التأكد من صحة و موثوقية البيانات و تحليل النتائج الخاصة بأهداف الدراسة كتحليل الإحصاء الوصفي واختبار الارتباط واختبار الانحدار.

7. النتائج والمناقشة

يستعرض هذا الجزء الاختبارات التي تمت على البيانات المجمعه من العينات. يحتوي هذا الجزء على اختبار العينات السكانية و موثوقية البيانات و احصاءات العلاقات بين متغيرات الدراسة.

1.7 اختبار البيانات السكاني

البيانات الشخصية للمستجيبين هو الاختبار الاول الذي يتم إجراؤه على الاستبيانات العائدة من المستجيبين لهدفين رئيسيين، وهما التأكد من تطبيق طريقة أخذ العينات العشوائية في عملية توزيع الاستبيانات على المستجيبين. الهدف الثاني هو تحديد البيانات الشخصية للمستجيبين في الدراسة. يحتوي الملف الشخصي لاختبار البيانات الشخصية للمستجيبين على 3 اختبارات فرعية لتحديد الجنس والعمر والمستوى الدراسي.

2.7 الجنس:

وفقًا للجدول 1، فإن اختبار الجنس كان له فئتان مشاركتان وهما، ذكر وأنثى. بلغ عدد المستجيبين الذكور 265 بنسبة 59٪، بينما بلغ عدد الإناث 184 بنسبة 41%. يؤكد هذا الاختبار أن معظم المشاركين في الدراسة كانوا من الذكور.

الجدول (1): البيانات السكانية (الجنس)

	التكرار	النسبة
ذكر	265	59%
انثى	184	41%
الاجمالي	449	100%

3.7 العمر:

وفقًا للجدول التالي 2، كان لاختبار العمر أربع فئات عمرية تتراوح أعمارهم بين أقل من 25 عامًا و 26-34 عامًا و 35-44 عامًا ومن 45-54 عاما، و 55 عامًا وما فوق. كان عمر المستجيبين الذين تتراوح أعمارهم بين اقل من 25 عامًا 62 فردًا بنسبة 14٪. كان عدد المستجيبين الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و34 عامًا 114 عامًا بنسبة 25٪. كان عدد المشاركين الذين تتراوح أعمارهم بين 35-44 سنة 165 بنسبة 37٪. فيما كان عدد المستجيبين الذين تتراوح

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

أعمارهم بين 45 و54 عامًا 66 مشارك بنسبة 25٪. وأخيرا كان عدد المشاركين من العمر 55 سنة وما فوق 42 أشخاص بنسبة 9٪. يؤكد هذا الاختبار أن معظم المستجيبين كانوا تحت سن 44 سنة.

الجدول (2): البيانات السكانية (العمر)

العمر	التكرار	النسبة
اقل من 25	62	14%
26-34	114	25%
35-44	165	37%
45-54	66	15%
55 فاكثر	42	9%
الاجمالي	449	100

4.7 المؤهل العلمي:

وفقًا للجدول التالي 3، كان لاختبار المستويات الدراسية خمسة مستويات تعليمية، وهي ثانوية عامة فأقل, الدبلوم والبكالوريوس والدراسات العليا, و غير ذلك. وبلغ عدد الذين حصلوا على شهادات ثانوية عامة وأقل 36 مشارك بنسبة 8٪. وبلغ عدد الذين حصلوا على شهادات الدبلوم 116 مشارك بنسبة 26٪. فيما وبلغ عدد الذين حصلوا على شهادات البكالوريوس 213 مشارك بنسبة 47٪. وبلغ عدد المشاركين الذين حصلوا على شهادات الدراسات العليا 67 بنسبة 15٪. وأخيرا بلغ عدد المشاركين الذين حصلوا على شهادات غير ذلك 17 بنسبة 4٪. من خلال ذلك يتضح أن غالبية المستجيبين كانوا يحملون شهادات الدبلوم والبكالوريوس.

الجدول (3): البيانات السكانية (المؤهل العلمي)

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة
ثانوية عامة فاقل	36	8%
دبلوم	116	26%
بكالوريوس	213	47%
دراسات عليا	67	15%
غير ذلك	17	4%
الاجمالي	449	100

5.7 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

5.7 1 تحليل المؤشرات المتعلقة بالعوامل ذات الصلة بالمعتقدات السلوكية

يحتوي هذا المحور على عدد 4 فقرات خاصة بالمتغير المستقل العوامل ذات الصلة بالمعتقدات السلوكية، يوضح الجدول التالي 4 هذه الفقرات مع النتائج الإحصائية الخاصة بهذه الفقرات، ويلي الجدول شرح تفصيلي لهذه النتائج والمؤشرات.

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

الجدول (4): تحليل المؤشرات المتعلقة بالعوامل ذات الصلة بالمعتقدات السلوكية

رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	BB1	3.491	0.9
2	BB2	3.4	0.927
3	BB3	3.491	0.918
4	BB4	3.427	0.873

تشير المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ان المشاركين كانوا على وفاق مع عناصر المتغير العوامل ذات الصلة بالمعتقدات السلوكية حيث كان المتوسط الحسابي بين 3.4و3.491 مما تؤكد مدى اتفاق المشاركين مع عناصر هذا المتغير. من ناحية أخرى كانت الانحرافات المعيارية لهذا المؤشر تتراوح بين 0.873 و0.927.

2 .5.7 تحليل المؤشرات المتعلقة بالعوامل المتعلقة بالمعتقدات المعيارية

يحتوي هذا المحور على عدد 4 فقرات خاصة بالمتغير المستقل العوامل ذات الصلة بالمعتقدات المعيارية، يوضح الجدول التالي 5 هذه الفقرات مع النتائج الإحصائية الخاصة بهذه الفقرات، ويلي الجدول شرح تفصيلي لهذه النتائج والمؤشرات.

الجدول (5): تحليل المؤشرات المتعلقة بالعوامل ذات الصلة بالمعتقدات المعيارية

رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	NB1	3.263	0.841
2	NB2	3.178	0.867
3	NB3	3.263	0.858
4	NB4	3.203	0.816

تشير المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ان المشاركين كانوا على وفاق مع عناصر المتغير العوامل ذات الصلة بالمعتقدات المعيارية حيث كان المتوسط الحسابي بين 3.178و3.263 مما تؤكد مدى اتفاق المشاركين مع عناصر هذا المتغير. من ناحية أخرى كانت الانحرافات المعيارية لهذا المؤشر تتراوح بين 0.816 و0.867.

3 .5.7 تحليل المؤشرات المتعلقة بعوامل معتقدات السيطرة

يحتوي هذا المحور على عدد 4 فقرات خاصة بالمتغير المستقل العوامل ذات الصلة بمعتقدات السيطرة، يوضح الجدول التالي 6 هذه الفقرات مع النتائج الإحصائية الخاصة بهذه الفقرات، ويلي الجدول شرح تفصيلي لهذه النتائج والمؤشرات.

الجدول (6): تحليل المؤشرات المتعلقة بالعوامل ذات الصلة بمعتقدات السيطرة

رقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

0.801	3.108	CB1	1
0.826	3.027	CB2	2
0.817	3.108	CB3	3
0.777	3.05	CB4	4

تشير المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ان المشاركين كانوا على وفاق مع عناصر المتغير العوامل ذات الصلة بمعتقدات السيطرة حيث كان المتوسط الحسابي بين 3.027و3.108 مما تؤكد مدى اتفاق المشاركين مع عناصر هذا المتغير. من ناحية أخرى كانت الانحرافات المعيارية لهذا المؤشر تتراوح بين 0.777 و0.826.

4 .5.7 تحليل المؤشرات المتعلقة بعامل سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية

يحتوي هذا المحور على عدد 4 فقرات خاصة بالمتغير المستقل العوامل ذات الصلة بمعتقدات السيطرة، يوضح الجدول التالي 7 هذه الفقرات مع النتائج الإحصائية الخاصة بهذه الفقرات، ويلي الجدول شرح تفصيلي لهذه النتائج والمؤشرات.

الجدول (7): تحليل المؤشرات المتعلقة بعامل سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	رقم
0.901	3.523	BI1	1
0.928	3.431	BI2	2
0.918	3.523	BI3	3
0.873	3.457	BI4	4

تشير المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ان المشاركين كانوا على وفاق مع عناصر المتغير سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية حيث كان المتوسط الحسابي بين 3.431و3.523 مما تؤكد مدى اتفاق المشاركين مع عناصر هذا المتغير. من ناحية أخرى كانت الانحرافات المعيارية لهذا المؤشر تتراوح بين 0.873 و0.928.

6.7 اختبار التوزيع الطبيعي (Normality Distribution Test)

اختبار التوزيع الطبيعي هو أحد الاختبارات الرئيسية للتحليل الأولي الذي يستخدم لغرض التأكد من وجود توزيع طبيعي للبيانات. استخدم اختبار التوزيع الطبيعي عاملين، هما (الالتواءSkewness) و (Kurtosis التفرطح). وفقًا لـ (Hair، Sarstedt، Ringle، Mena &، 2012)، يجب أن تكون قيم Skewness في النطاق - 2 و2، بينما يجب أن تكون قيم Kurtosis في النطاق - 3 و3 ليتم قبولها. وفقًا للجدول 8 التالي، حصلت المتغيرات (المعتقدات السلوكية، معتقدات السيطرة، المعتقدات المعيارية، وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية) على نتائج مقبولة، حيث تراوحت قيم الالتواء بين – 1.157و 0.547، بينما تراوحت قيم التفرطح بين – 0.629 و 1.757.

جدول (8): معامل الالتواء و التفلطح لمتغيرات الدراسة

التفرطح	الالتواء	عدد المشاركين	العوامل الرئيسية
1.757	1.157-	449	المعتقدات السلوكية
0.912	0.999-	449	المعتقدات المعيارية
0.067	0.840-	449	معتقدات السيطرة
0.629-	0.547	449	سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

7.7 نتائج كومو (KMO)

أما من ناجية الجودة الكلية للاختبار ومدى ملائمة العينة به فقد كشفت نتيجة اختبار قيصر (كايزر ماير أولكن واختبار باتليت) الجودة العالية لهذا الاختبار. يعتبر مقياس كايزر-ماير-اولكين (واختصارا ، مقياس كمو) واختبار بارتليت معايير أساسية لاختبار ملائمة العينة للتحليل العاملي. اختبار بارتليت يجب أن يكون ذو دلالة إحصائية أقل من (.05)، وكانت متوسط نتيجة KMOلجميع المتغيرات تشير الى جودة جيدة فوصلت إلى 0.896 و نتيجة Bartlett بالنسبة الفائية = 0.000 ودرجة الحرية 136 والنتيجة كما هو واضح من النموذج (9) التالي:

كمو واختبار باتليت (9) جدول رقم

مقياس أخذ العينات الملائمة لكايسر ماير أولكين KMO		0.896
اختبار كروية لباتليت Bartlett		3054.988
	Df	136
	Sig.	0.000

8.7 التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل والمتغير التابع

من خلال نتائج التحليل العاملي بطريقة المركبات الرئيسية أن مفردات الاسئلة محملة حسب التوقعات. حيث تشير الى وجود أربعة عوامل كامنه لمتغير المعتقدات وهي (المعتقدات السلوكية و المعتقدات المعيارية و معتقدات السيطرة) إضافة إلى المتغير التابع سلوك الزبائن وعدد الفقرات للكل هي 12 فقره. جدول رقم (10) يوضح التشبعات العامليه للفقرات للمتغيرات المستقلة والتابع، وكان الفقرات المتبقيه بعد الحذف 12 فقرة. تبين النتائج ان التشبعات العاملية للفقرات أكبر من 0.6وقد تراوحت بين 0.810 و 0.915.

جدول رقم (10): يوضح التشبعات العاملية لفقرات متغيرات المعتقدات وسلوك الزبائن

المعتقدات المعيارية	معتقدات السيطرة	سلوك الزبائن	المعتقدات السلوكية	
			0.850	BB1
			0.854	BB2
			0.821	BB3
			0.879	BB4
		0.827		BI1
		0.815		BI2
		0.878		BI3
		0.883		BI4
	0.847			CB1
	0.810			CB2
	0.891			CB3
	0.863			CB4
0.885				NB1
0.835				NB2

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

NB3				0.915
NB4				0.874

9.7 صدق التّمايُز Discriminate Validity

اختبار التمايز هو اختبار آخر مشابه لإختبار التقارب المتسلسل الذي يستخدم لتحديد ما إذا كان البناء في النموذج مرتبطًا بشدة أم لا. هذا الاختبار هو بديل آخر لاختبار الارتباط. بحسب (Hair et al. 2019) ، يجب أن يكون ارتباط المتغيرات المستقلة و الوسيطة أكبر من استخراج متوسط التباين. وفقًا للجدول التالي 11، تؤكد النتائج أن المتغيرات قد حصلت على نتائج مقبولة أكبر من استخراج متوسط التباين. كان الارتباط بين المتغيرات هو كالتالي:

الجدول رقم (11): اختبار التمايزمعيار فورنيل – لاركر (Fornell Larcker Criterion)

	سلوك الزبائن	المعتقدات السلوكية	معتقدات السيطرة	المعتقدات المعيارية
سلوك الزبائن	**0.851**			
المعتقدات السلوكية	-0.085	**0.851**		
معتقدات السيطرة	0.309	0.12	**0.772**	
المعتقدات المعيارية	0.234	0.084	0.142	**0.763**

10.7 إختبار تحليل المسار (فرضيات الدراسة)

تم استخدام اختبار التأثير المباشر لاختبار العلاقات بين (المعتقدات السلوكية، معتقدات السيطرة، والمعتقدات المعيارية) وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت. الاستنتاجات التالية تم استنتاجها بناءً على النتائج الموضحة في الجدول 12:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعتقدات السلوكية وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.465 و قيمة T = 6.496 و P-value = 0.000.
- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معتقدات السيطرة وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.407 و قيمة T = 6.078 و P-value = 0.000.
- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعتقدات المعيارية وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.448 و قيمة T = 6.067 و P-value = 0.000.

جدول رقم (12): نتائج الفرضيات الرئيسية المباشرة للدراسة

المسار	حجم الأثر	الانحراف المعياري	قيمة T	P Values
المعتقدات السلوكية -> سلوك الزبائن	0.465	0.075	6.496	0.000
معتقدات السيطرة -> سلوك الزبائن	0.407	0.067	6.078	0.000
المعتقدات المعيارية -> سلوك الزبائن	0.448	0.074	6.067	0.000

8. المناقشة

تمت الدراسة الحالية بناء على هدف معرفة اثر المعتقدات السلوكية و معتقدات السيطرة والمعتقدات المعيارية على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت, و بناء على هذا الهدف تم جمع البيانات و تحليلها. استخدمت الدراسة الحالية اختبار البيانات السكانية لغرض التأكد من انه تم اختيار العينة بناء على اسلوب اختيار العينه العشوائية. ايضا تم استخدام اختبار القيم المتطرفه لفقرات الدراسة, مصفوفة الارتباط, الالتواء والتفلطح (Skewness و Kurtosis), نتائج كومو (KMO) للتأكد من مصداقية و موثوقية البيانات المجمعه.
التأثير المباشر لاختبار العلاقات بين (المعتقدات السلوكية، معتقدات السيطرة، والمعتقدات المعيارية) وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت. اثبتت النتائج انه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعتقدات السلوكية وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.465 و قيمة T = 6.496 و P-value = 0.000. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معتقدات السيطرة وسلوك الزبائن في التعامل مع

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.407 و قيمة T = 6.078 و P-value = 0.000. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعتقدات المعيارية وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت مع حجم اثر = 0.448 و قيمة T = 6.067 و P-value = 0.000.

هذه النتائج مشابهه للنتائج الموجوده في الدراسات السابقة حيث جاءت دراسة حقي وآخرون (Haque et al., 2009) للوقوف على تفضيلات العملاء للبنوك الإسلامية الماليزية، وتحديد الأهمية النسبية الخاصة بمعايير اتخاذ القرار حول البنك الذي فيه نظام بنكي إسلامي، وتم تقويم تفضيل العملاء لاختيار البنك باستخدام نموذج كارتر CARTER الذي يشتمل على عدد من أبعاد جودة الخدمة، كما بحثت الدراسة جودة الخدمة ورضا العملاء في المقارنة وخدمات على أسس إسلامية، وتكونت عينة الدراسة من (171) فرداً من زبائن البنوك الإسلامية الماليزية. وأظهرت نتائج الدراسة أن إتباع المبادئ الإسلامية كعامل ديني يعتبر أهم معيار في اختيار البنك الإسلامي، يتبعه الاعتمادية، فالملموسية، فالاستجابة، فالضمان، فالتعاطف. وأوصت الدراسة بأهمية توجه البنوك الإسلامية الماليزية نحو المزيد من نشر الوعي الديني في العمل المصرفي الإسلامي بين أوساط المسلمين من الماليزيين بهدف استقطاب المزيد من العملاء الجدد.

أما بهدف معرفة العوامل المؤثرة في ولاء الزبائن للتعامل مع البنوك الإسلامية وعدم انتقالهم للتعامل مع البنوك التقليدية، جاءت دراسة العجمي، (2011) بهدف تحديد أسباب فاعلية إدارة علاقات الزبائن في تحقيق الولاء لدى زبائن البنوك الإسلامية الكويتية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (507) أفراد من المتعاملين مع البنوك الإسلامية الكويتية، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن كلاً من الاتصال، والثقة في التعامل، وتلبية احتياجات الزبائن، وجودة الخدمات المصرفية كانت من أبرز أسباب ولاء الزبائن للتعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية، في حين لم يظهر العامل الجغرافي لموقع البنك أو عدد فروعه أثراً إيجابياً لولاء الزبائن تجاه هذه البنوك، كما لم يظهر العامل الديني أثراً إيجابياً لولاء الزبائن تجاه هذه البنوك. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على قياس دوري لجودة الخدمات المصرفية لدى البنوك الإسلامية الكويتية كمحاولة للتعرف على مدى قدرتها على تلبية احتياجات الزبائن والاستفادة من نتائجها في تحسين عمل إدارة علاقات الزبائن وتطوير خدماتها وبالتالي زيادة درجة ولاء العملاء.

وللوقوف على محددات اختيار التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية من وجهة نظر الزبائن، جاءت دراسة بشير، (2013) لبيان محددات اختيار التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية، حيث تم تطبيق الدراسة على (120) فرداً من زبائن البنوك الإسلامية الكويتية، وأكدت نتائج الدراسة على أن الدافع الديني هو العامل الأبرز في توجه المتعاملين نحو اختيار البنوك الإسلامية الكويتية نظراً لتبني هذه البنوك لسياسات مالية إسلامية تنبذ التعامل الربوي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كما أظهرت نتائج الدراسة أن عدد فروع البنك وانتشاره الجغرافي جاءت في المرتبة الثانية من حيث الأهمية وفقاً لآراء الزبائن من المتعاملين مع البنوك الإسلامية الكويتية، كما أظهرت النتائج أن كل من جودة الخدمة وأسعار الخدمات المقدمة من البنك لم تشكل عامل جذب مؤثر على سلوك الزبائن في اختيارهم للبنوك الإسلامية. وأوصت الدراسة بضرورة تركيز البنوك الإسلامية الكويتية على نشر الوعي الديني حول العمل المصرفي الإسلامي بين زبائنها الحاليين والمحتملين لجذب مزيد من الزبائن الجدد.

9. الخلاصة

مع تزايد المنافسة، تواجه البنوك الإسلامية في الكويت حاليًا صعوبات في الاحتفاظ بعملائها حيث أصبح للعملاء الآن خيار التحول من بنك إلى آخر. نظرًا لأن الصناعة المصرفية تقدم منتجات وخدمات متطابقة تقريبًا، فمن المرجح أن يغير العملاء بنكهم عندما يحصلون على عرض أفضل من بنك آخر، خاصة إذا كان العميل غير راضٍ عن البنك الحالي. وبالتالي، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل التي تجعل عملاء البنوك الإسلامية يغيرون حساباتهم المصرفية.

مع تزايد المنافسة والعروض المقدمة للعملاء في البنوك الإسلامية في الكويت، اختار العديد من العملاء التبديل بين البنوك. وقد أدى ذلك إلى انخفاض في عدد العملاء للعديد من البنوك مما أثار مسألة فهم سبب تحول العملاء إلى البنوك الإسلامية الأخرى. لذلك، فإن الهدف من هذه الدراسة هو التحقيق في العوامل التي تؤثر على سلوك تبديل العملاء في البنوك الإسلامية الكويتية. يعتبر تبديل سلوك العملاء مجالًا متناميًا للبحث. درس العديد من الباحثين العوامل التي تؤثر على سلوك تبديل العملاء في الصناعات والبيئات المختلفة. كان Keaveney) 1995) أول من أنشأ نموذجًا معممًا تضمن العديد من العوامل التي يعتقد أن لها تأثير على تحول العملاء إلى مزودي خدمة مختلفين. ومع ذلك، في هذه الدراسة، نركز على العوامل الأكثر صلة بالصيرفة الإسلامية وبيئة الكويت. وفي الوقت نفسه، نقدم نموذجًا يشرح العملية الكامنة وراء العلاقة بين هذه العوامل وسلوك تبديل العميل.

تمت الدراسة الحالية بناء على هدف معرفة اثر المعتقدات السلوكية و المعتقدات المعيارية و معتقدات السيطرة على سلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية, و بناء على هذا الهدف تم جمع البيانات و تحليلها. اعتمدت هذه الدراسة على التحليل الوصفي بشقيه المكتبي والميداني. حيث ركز الجانب المكتبي في جمع المعلومات لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة مع المتغير التابع، وذلك بواسطة الرجوع إلى الدراسات المكتبية والدراسات الميدانية السابقة. وأضف على هذا بعض من المصادر والمراجع الفرعية الاخرى ذات الصلة والمهتمة في موضوع الدراسة. تم إستخدم أداة جمع المعلومات (الاستبانة) أو (Questionnaires) بعد إثبات صدق الأداة عن طريق صدق المحكمين.

توصلت الدراسة الى انه توجد علاقات مباشرة ذات دلالة إحصائية بين (المعتقدات السلوكية والمعتقدات المعيارية ومعتقدات السيطرة) وسلوك الزبائن في التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية.

المراجع العربية

معلا، ناجي، (2017)، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، عمان: المؤسسة العالمية للتجليد والطباعة والتوزيع.

اتحاد المصارف العربية، (2018)، تطورات القطاع المصرفي الكويتي: استمرار التطور والتقدم، إدارة الدراسات والبحوث في اتحاد المصارف العربية، بيروت.

بشير، محمد، (2013)، محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

الرفاعي غالب عوض، وعارضه، فيصل صادق، (2017) إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السنوي السابع بعنوان: "إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة" خلال الفترة من 16 – 18 نيسان (ابريل) 2017، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان، الأردن.

دعبول، محمد وأيوب، محمد، (2013)، مبادئ تسويق الخدمات، دمشق: دار الرضا للنشر والتوزيع.

الفقهاء، سام عبد القادر، (2012)، العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن خدمات المصارف الإسلامية في فلسطين، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد، 8، العدد2. ص236-263.

القحطاني، صالح، (2015)، العوامل المؤثرة في اختيار العميل للبنوك في المملكة العربية السعودية، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، 15 (2): 1-18.

الجريري، عبدالقادر، (2005)، أثر التسويق الداخلي وجودة الخدمات في رضا الزبائن بالمصارف، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، ص101-119.

المراجع الاجنبية

Rammal, R. (2007). Awareness of Islamic Banking Products Among Muslims: The Case of Australia, Journal of Financial Services Marketing. 12 (1): 65-74.

Saini, Y., Bick, G. & Abdulla, L. (2011). Consumer awareness and usage of Islamic Banking products in South Africa, South African Journal of Economic and Management Sciences, 14 (3): 298-313.

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81

Haque, A., Osman, J., & Ismail, A. (2009). Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences, American Journal of Applied Sciences, 6 (5): 922-928.

Sundararjan, V., & Errico, L. (2012). Islamic Financial Institutions and Products in the Global Financial System: Key Issues in Risk Management and Challenges A head, IMF working paper WP/01/192, 2012, Washington, D.C: International Money Fund.

Sarea, A., & Hanefah, M. (2013). The need of Accounting Standards for Islamic Financial Institutions: Evidence from AAOIFI. Emerald Group Publishing Limited, Journal of Islamic Accounting and Business Research, 4 (1): 201-213.

https://dx.doi.org/10.30566/ijo-bs/2022.01.81